

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

ЦІНОУТВОРЕННЯ

**Методичні вказівки до проведення практичних занять та
самостійного вивчення дисципліни**

*(для студентів заочної форми навчання напряму підготовки
6.030601 – Менеджмент і слухачів другої вищої освіти
спеціальностей 7.03050401 – Економіка підприємства (за видами
економічної діяльності), 7.03050901 – Облік і аудит, 7.03060101 –
Менеджмент організацій і адміністрування (за видами
економічної діяльності))*

**Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2015**

Ціноутворення. Методичні вказівки до проведення практичних занять та самостійного вивчення дисципліни (для студентів заочної форми навчання напряму підготовки 6.030601 – Менеджмент і слухачів другої вищої освіти спеціальностей 7.03050401 – Економіка підприємства (за видами економічної діяльності), 7.03050901 – Облік і аудит, 7.03060101 – Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад.: Г. А. Жовтяк. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 31 с.

Укладач: к.е.н., доц. каф. ЕПМГ Г. А. Жовтяк

Рецензент: к.е.н., доц. Н. І. Склярук

Рекомендовано кафедрою економіки підприємств міського господарства, протокол № 9 від 14. 04. 2015 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
<i>ТЕМА 1</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ.....	6
<i>ТЕМА 2</i> ВИДИ ТА ФУНКЦІЇ ЦІН.....	9
<i>ТЕМА 3</i> СКЛАД ЦІНИ ТА ФОРМУВАННЯ ЇЇ ЕЛЕМЕНТІВ	12
<i>ТЕМА 4</i> МЕТОДИ РИНКОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ	17
<i>ТЕМА 5</i> ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ.....	21
<i>ТЕМА 6</i> ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА	23
<i>ТЕМА 7</i> ДЕРЖАВНА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ	27
СПИСОК ДЖЕРЕЛ.....	29

ВСТУП

Мета – надання (студентам) слухачам теоретичних знань і практичних навичок з питань формування цін та розробки цінової політики.

Завдання – розкриття теоретичних засад ціноутворення; методики формування цін та її окремих елементів; сутності методів ринкового ціноутворення; особливостей установлення цін на зовнішньому ринку; методологічних підходів до розробки цінової політики та стратегії підприємства; цілей і методів державного регулювання цін та його впливу на економічні процеси.

У результаті вивчення навчальної дисципліни слухач повинен

знати:

- визначення ціни та її класифікацію;
- сутність функцій ціни;
- загальні принципи ціноутворення в умовах ринку;
- сутність і порядок розрахунку ціни виробництва, оптової (відпускної) ціни підприємства та промисловості, роздрібною ціни;
- методи ціноутворення;
- сутність світових цін, прийнятий порядок їх розрахунку на різні групи товарів;
- основні цілі цінової політики підприємства;
- види цінових стратегій підприємства;
- визначення та основні відмінності державного регулювання цін.

вміти:

- розробляти гнучку тактику ціноутворення з урахуванням різнопланових факторів;
- розрахувати ціни виробництва, оптові (відпускні) ціни підприємства та промисловості, роздрібні ціни;
- скласти калькуляції роздрібною ціни;
- визначати короткострокові, середньострокові та довгострокові цілі для розробки цінової стратегії;
- розраховувати цільову ціну при зміні умов виробництва та реалізації;
- встановлювати пріоритети в процесі розробки цінової стратегії;
- розрахувати знижки з цін в залежності від обраних критеріїв;
- розрахувати ціни, виходячи з витрат, попиту, конкуренції;
- розрахувати ціни на продукцію, що експортується за кордон.

мати компетентності:

- приймати оптимальні рішення щодо визначення цін та процесу ціноутворення (здатність пояснити функції цін; здатність пояснити класифікацію цін в умовах ринка; здатність визначення ціноутворюючих факторів та їх впливу на рішення по встановленню цін; здатність визначення цін за традиційним методом – на основі витрат на вироблення та реалізацію товарів, здатність визначення цін з урахуванням попиту, конкуренції та інших ринкових факторів; здатність здійснення всіх етапів при прийнятті рішень відносно встановлення ринкової ціни);
- розробляти ефективні стратегічні рішення в процесі ринкового ціноутворення (здатність сформулювати цінову політику; здатність прийняти стратегічні рішення в процесі встановлення цін на ринках з різним ступенем конкуренції; здатність пояснити сутність та сферу застосування державного регулювання цін та його вплив на рівень цін);
- здійснювати обґрунтування прийняття рішень щодо ціноутворення на підприємстві та їх реалізацію (здатність розробляти гнучку тактику ціноутворення з урахуванням різнопланових факторів; здатність обґрунтування необхідності та шляхів коригування цін; здатність використати цінову політику для забезпечення конкурентоспроможності фірми).

Тема 1 Теоретичні засади ціноутворення

- теорії ціноутворення;
- вплив попиту і пропозиції на формування ринкових цін;
- конкуренція та монополія як чинники ціноутворення.

Мета теми – надати студентам (слухачам) можливість ознайомитися з теоретичними засадами формування цін у ринкових умовах.

Література для самостійного вивчення теми: [11, 13, 15, 16, 20, 21, 23].

Термінологічний словник

Гранична корисність – приріст загальної корисності певного блага внаслідок збільшення його споживання на одну одиницю.

Коефіцієнт цінової еластичності – коефіцієнт, що показує, на скільки відсотків зміниться величина попиту при зміні ціни на один відсоток.

Попит еластичний – попит, коли незначні коливання ціни приводять до значних змін у кількості продукції, що реалізується.

Попит нееластичний – попит, коли значні зміни ціни викликають лише незначні зміни в кількості придбаної продукції.

Ціна – сума грошей, яку покупець згоден заплатити, а продавець — отримати за відповідний товар.

Ціна рівноваги – ціна, за якої кількість запропонованого до ринку товару дорівнює його кількості, яку споживач у змозі купити.

Цінова еластичність – ступінь чутливості споживачів до зміни цін на продукцію або послуги.

Тести для самоперевірки знань

1. За теорією К. Маркса ціна товару визначається:

- А. Співвідношенням між попитом і пропозицією.
- Б. Його корисністю.
- В. Суспільною вартістю.
- Г. Витратами виробництва.

2. Головним представником неокласичної теорії цін є:

- А. К. Маркс.
- Б. А. Маршалл.
- В. Ф. Кене.
- Г. К. Менгер.

3. *Ідея еластичності попиту і пропозиції за ціною належить:*

А. В. Парето.

Б. Ф. Кене.

В. Л. Вальрасу.

Г. А. Маршаллу.

4. *На цінову еластичність не впливає:*

А. Чинник часу.

Б. Соціальна значущість товару.

В. Питома вага товару в бюджеті споживача.

Г. Вартість виробничих ресурсів.

5. *Попит вважається нееластичним, якщо коефіцієнт еластичності:*

А. Менше 1.

Б. Менше 0.

В. Більше 1.

Г. Дорівнює 1.

6. *До основних передумов функціонування ринку досконалої конкуренції не належить:*

А. Відсутність цінової дискримінації.

Б. Державне регулювання цін.

В. Свобода вступу і виходу з нього.

Г. Виробництво однорідної продукції.

Практичні завдання

- Визначити, чи вигідно виробникові знизити ціну на 0,2 грн., якщо поточна ціна товару – 3 грн., обсяг продажу, що планується, – 1 млн. шт. Відомо, що конкуренти услід за фірмою також знизять свої ціни. Показник еластичності попиту за ціною – 1,4.
- У таблиці подано дані про ринковий обсяг попиту та пропозиції на товар А:

Ціна, грош. од.	Обсяг попиту, шт.	Обсяг пропозиції, шт.
10	32	4
20	28	7
30	24	10
40	20	13
50	16	16
60	12	19
70	8	22

- а) Побудуйте криву попиту і криву пропозиції за даними таблиці.

- б) Якщо ринкова ціна дорівнює 20 грошових одиниць, що характерно для даного ринку – надлишки або дефіцит? Який їх обсяг?
- в) Якщо ринкова ціна дорівнює 70 грошових одиниць, що характерно для даного ринку – надлишки або дефіцит?
- г) Визначте рівноважну ціну на цьому ринку?
3. Функція попиту споживачів на бісквітно-кремовий торт має такий вигляд:

$$Q_n = 41,8 + P.$$

Функція пропозиції виробників на цей торт має такий вигляд:

$$Q_{np} = 10,6 + 3 \times P.$$

Визначити ціну рівноваги на бісквітно-кремовий торт.

Методичні вказівки до розв'язання задач

Цінова еластичність показує реакцію попиту у відповідь на зміну ціни і визначає, на скільки відсотків зміниться величина попиту при зміні ціни на 1 %:

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{\bar{P}}{\bar{Q}}, \quad (1.1)$$

де $\Delta Q = Q_2 - Q_1$ – різниця між обсягом попиту до і після зміни ціни;

$\Delta P = P_2 - P_1$ – зміна ціни товару;

$\bar{P} = (P_1 + P_2) \div 2$ – середня ціна товару;

$\bar{Q} = (Q_1 + Q_2) \div 2$ – середня величина попиту.

Ціну рівноваги розраховують за об'єктивними економічними законами ринкової економіки: попиту, пропозиції, рівноважної ціни. При цьому вважається, що в цих умовах інші чинники не впливають на ціну рівноваги на товар.

Приклади розв'язання типових задач

Задача 1

Визначити, чи вигідно виробникові знизити ціну на 0,2 грн., якщо поточна ціна товару — 3 грн., обсяг продажу, що планується, — 1 млн шт. Відомо, що конкуренти слідом за фірмою також знизять свої ціни. Показник еластичності попиту за ціною — 1,6.

Розв'язання

Зниження ціни з 3 до 2,8 грн становить 6,7%. Це означає, що за еластичності 1,6 обсяг продажу товару збільшиться на 10,7 % ($1,6 \times 6,7\% = 10,7\%$) і становитиме 1,107 млн. шт.

Виручка за ціни до зниження: 3×1 млн. шт. = 3 млн. грн.

Виручка за ціни після зниження: $2,8 \times 1,107$ млн. шт. = 3,1 млн. грн.

Отже виручка від продажу збільшиться на 100 тис. грн.

Задача 2

Функція пропозиції на електронні годинники має такий вигляд:

$$Q = 8,0 + P,$$

де Q_{np} – обсяг пропозиції, ум. од.;

P – роздрібна ціна, ум.од.

Функція попиту на ці годинники виражається такою формулою:

$$Q = 41,0 - 2 \times P,$$

де Q_i – обсяг попиту, ум. од.

Визначити ціну рівноваги на електронні годинники.

Розв'язання

Ціна рівноваги визначається в точці перетину кривих закону попиту та закону пропозиції. Тому потрібно розв'язати рівняння

$$Q_{np} = Q_n,$$

тобто

$$8 + P = 41,0 - 2 \times P,$$

$$2 \times P + P = 41,0 - 8,0; \quad P = 11,0$$

Тема 2 Види та функції цін

- основні види цін;
- функції цін.

Мета теми – дати характеристику основним видам цін та розкрити сутність функцій цін.

Література для самостійного вивчення теми: [1, 13, 14, 15, 18, 21, 23].

Термінологічний словник

Ціна:

відпускна – ціна, за якою продукція реалізується виробничому споживачу;

вільна – ціна, яка встановлюється підприємцями самостійно з урахуванням особистих витрат та співвідношення між попитом і пропозицією;

довідкова – інформаційна ціна, що слугує відправною точкою для встановлення, як правило, договірної ціни;

закупівельна – ціна, за якою сільськогосподарська продукція реалізується державними, кооперативними та фермерськими господарствами для подальшої переробки;

заставна – ціна товару, який, як правило, підлягає поверненню;

оптова – ціна, за якою продукція великими партіями здійснює обіг між промисловими підприємствами або між ними та підприємствами й організаціями інших галузей;

підприємства – ціна, за якою виробник визначає вартісні результати своєї безпосередньої роботи і яка складається з витрат і прибутку;

регульована – ціна, межі змін якої прямо чи опосередковано встановлює держава. Встановлюється, як правило, на продукцію та послуги монопольних утворень;

фіксована – ціна, що встановлюється державою на невизначений період і може бути скасована тільки спеціальним розпорядженням;

франко – ціна, встановлена з урахуванням передбаченого порядку відшкодування транспортних витрат з доставки продукції до пункту, зазначеного після слова «франко».

Тариф – ціна на транспортні послуги, а також на послуги, що надаються населенню підприємствами побутових та комунальних служб.

Тести для самоперевірки знань

1. *Відпускнуою називається ціна, за якою продукція реалізується:*

А. Населенню.

Б. Виробничому споживачу.

В. Усередині підприємства.

Г. Усі відповіді правильні.

2. *Квартирна плата – це ціна:*

А. Вільна.

Б. Регульована.

В. Фіксована.

Г. Лімітна.

3. *Ціна реалізації за своїм складом дорівнює ціні підприємства, якщо товар:*

- А. Підакцизний і реалізується безпосередньо виробником.
- Б. Не підакцизний і реалізується через посередника.
- В. Не підакцизний і реалізується безпосередньо виробником.
- Г. Підакцизний і реалізується через посередника.

4. *Трансфертною називається ціна, за якою продукція реалізується:*

- А. Між підрозділами підприємства.
- Б. Посередницькими організаціями.
- В. Транспортними підприємствами.
- Г. У межах певної території.

5. *Термін «франко» показує:*

- А. Частку в ціні транспортних витрат покупця.
- Б. Частку в ціні транспортних витрат продавця.
- В. Пункт, до якого транспортні витрати бере на себе продавець.
- Г. Пункт, до якого транспортні витрати бере на себе покупець.

6. *Заставна – це ціна продукції:*

- А. Сільськогосподарського призначення.
- Б. Будівельної організації.
- В. Що реалізується на аукціонах.
- Г. Яка підлягає поверненню.

7. *Розподільча функція ціни реалізується за рахунок включення до її складу:*

- А. Посередницьких надбавок.
- Б. ПДВ.
- В. Прибутку.
- Г. Торгових знижок.

8. *Стимулююча функція ціни для виробника нової продукції в основному проявляється через:*

- А. Встановлення в ціні більш високого рівня прибутку.
- Б. Збільшення самої ціни.
- В. Зменшення ставки ПДВ.
- Г. Збільшення ставки акцизного збору.

9. *Стимулююча функція ціни для споживача проявляється у:*

- А. Зниженні рівня рентабельності.
- Б. Випереджувальному збільшенні ціни над якістю продукції.
- В. Зниженні споживчих властивостей товару.
- Г. Зниженні ціни в розрахунку на одиницю споживчої властивості товару.

Тема 3 Склад ціни та формування її елементів

- склад та структура ціни;
- витрати та їх роль у формуванні ціни;
- визначення прибутку в ціні;
- формування в ціні товарних податків;
- посередницькі надбавки (знижки) в ціні.

Мета теми – показати студента (слухачам) методичні підходи до визначення поелементного складу ціни.

Література для самостійного вивчення теми: [2, 3, 13, 14, 15, 18, 21, 23].

Термінологічний словник

Витрати змінні – вартісні витрати, що прямо залежать від зміни обсягів виробництва (сировина, матеріали, технологічна енергія, зарплата працівників тощо), але на одиницю продукції залишаються сталими.

Витрати постійні – вартісні витрати, що не залежать від зміни обсягів виробництва (амортизація, комунальні послуги, зарплата управлінського персоналу тощо), але на одиницю продукції, зокрема зі збільшенням виробництва, вони зменшуються.

Маржинальний дохід – фінансовий показник, який складається з постійних витрат та прибутку.

Надбавка торговельна – елемент ціни, який додається до ціни придбання торговельною організацією і складається з її витрат обігу, прибутку і ПДВ.

Націнка посередницько-збутова – елемент ціни, який додається до ціни придбання посередником з метою відшкодування особистих витрат, отримання прибутку та сплати ПДВ.

Структура ціни – відсоткове співвідношення елементів ціни в її абсолютному значенні.

Тести для самоперевірки знань

1. Відпускну ціну на підакцизний товар визначають за формулою:

А. $(C + П + A) \times 1,2$.

Б. $(C + П + A + \text{ПДВ}) \times 1,2$.

В. $(C + П) \times 1,2 + A$.

Г. $(C + П) \times A + \text{ПДВ}$

2. Обов'язковим елементом ціни є:

А. Торговельна надбавка.

Б. ПДВ.

В. Акцизний збір.

Г. Усі відповіді неправильні.

3. З метою визначення ціни без ПДВ необхідно ціну, яка включає в себе цей податок:

- А. Поділити на 6.
- Б. Поділити на 0,2.
- В. Помножити на 1,2.
- Г. Поділити на 1,2.

4. Ціна не може формуватися за таким складом:

- А. $C + П + А$.
- Б. $C + П + ПДВ$.
- В. $C + П + А + ПДВ$
- Г. $C + П$.

5. Маржинальний дохід – це:

- А. Прибуток плюс повні витрати.
- Б. Прибуток плюс змінні витрати.
- В. Прибуток плюс постійні витрати.
- Г. Ціна мінус повні витрати.

6. До постійних витрат не належать:

- А. Орендна плата.
- Б. Зарплата управлінського персоналу.
- В. Паливо на технологічні цілі.
- Г. Амортизація.

7. Посередницько-збутова націнка на підакцизний товар складається з таких елементів:

- А. $ВО + П$.
- Б. $ВО + П + ПДВ$.
- В. $ВО + П + А$.
- Г. $ВО + П + А + ПДВ$.

8. У ринкових умовах собівартість продукції визначає:

- А. Мінімальну ціну виробу.
- Б. Максимальну ціну виробу.
- В. Середню ціну виробу.
- Г. Усі відповіді неправильні.

9. Торговельна надбавка встановлюється у відсотках до:

- А. Роздрібної ціни.
- Б. Ціни придбання.
- В. Витрат обігу торгівлі.
- Г. Націнки посередника.

Практичні завдання

1. Повна собівартість виготовлення одного виробу складає 90 грн. Собівартість річного обсягу виробництва продукції - 166,5 тис. грн. Річний випуск – 1850 шт. Визначити як зміниться собівартість річного випуску продукції при збільшенні обсягу виробництва на 20 %, якщо частка умовно-постійних витрат в собівартості складає 25%. Як при цих же початкових даних зміниться собівартість одиниці продукції?

2. Собівартість виробу — 130 грн., рентабельність — 40 %, ПДВ — 20 %. Визначити відпускну ціну виробника.
3. Собівартість виробу — 300 грн., рентабельність — 20 %, ПДВ — 20%, націнка посередника — 10 % ціни виробника, торговельна надбавка — 20% ціни посередника. Визначити роздрібну ціну.
4. Витрати на виробництво і реалізацію одного виробу, що випускається на вітчизняному підприємстві, складають 60 грн. Рентабельність 30%. Витрати і прибуток підприємства оптової торгівлі становлять 20 грн., а роздрібною торгівлі – 25 грн. з розрахунку на один виріб. Визначити ціну роздрібною торгівлі одного виробу.
5. Визначіть кількість виробленої на підприємстві продукції, якщо виручка від її реалізації з урахуванням ПДВ склала 118080 грн., витрати на виробництво одиниці продукції 40 грн., на збут – 2,5 % витрат на виробництво, рентабельність продукції – 20 %.
6. Визначіть, яким повинен бути прибуток товаровиробника при випуску 2000 шт. виробів, якщо витрати на виробництво і збут одного виробу складають 7 грн., роздрібна ціна з ПДВ – 18,72 грн., націнки збутова і торговельна – відповідно 20 і 30%.
7. Повні витрати фірми на одиницю виробу становили в поточному році 3000 грн. Розраховуючи ціну, фірма закладає коефіцієнт прибутковості (частка прибутку в ціні) 25 %. В умовах інфляції спостерігається зростання витрат на 750 грн.

Розрахуйте:

- а) ціну в поточному році;
- б) ціну, за якою повністю покривуться витрати фірми і збережеться прибуток (на одиницю виробу) на попередньому рівні;
- в) ціну, яка не тільки покриватиме витрати, а й забезпечить коефіцієнт прибутковості 25 %.

Показник	Значення в поточному році	Розрахунок ціни з урахуванням покриття витрат і збереження прибутку	Розрахунок ціни з урахуванням відновлення коефіцієнта прибутковості
1	2	3	4
Ціна, грн.			
Повні витрати фірми, грн.	3000		

Продовження

1	2	3	4
Прибуток, грн.			
Коефіцієнт прибутковості, %	25		

Методичні вказівки до розв'язання задач

Ціна на продукцію вітчизняного виробництва складається з наступних елементів:

Собівартість	Прибуток	Акцизний збір	Податок на додану вартість	Націнка посередника	Торговельна надбавка
Ціна підприємства					
Відпускна ціна виробника					
Відпускна ціна посередника					
Роздрібна ціна					

Рисунок 3.1 – Поелементний склад ціни

Приклади розв'язання типових задач

Задача 1

Підприємство випускає морозильні камери. Витрати виробництва підприємства такі:

- ✓ матеріальні (вартість сировини, матеріалів, комплектуючих разом з ПДВ) – 79 ум. од.;
- ✓ на оплату праці – 62 ум. од.;
- ✓ інші – 36 ум. од.

Підприємство виробник планує отримати 47 ум. од. прибутку на одну морозильну камеру. Проте оскільки на морозильні камери цієї марки попит не задоволений, підприємство планує реалізовувати їх за ціною, що в 1,4 раза перевищує розрахункову відпускну ціну.

Розрахувати кінцеву відпускну ціну і ПДВ, що повинен сплатити виробник.

Розв'язання

ПДВ з матеріальних витрат

$$\frac{79}{6} = 13,17 \text{ ум. од.}$$

Матеріальні витрати підприємства без ПДВ

$$79 - 13,17 = 65,83 \text{ ум. од.}$$

Запланована ціна підприємства за продукцію разом з ПДВ

$$(65,83 + 62 + 36 + 47) \times 1,2 = 253,00 \text{ ум. од.}$$

Ціна, за якою підприємство планує реалізовувати виріб,

$$253 \times 1,4 = 354,2 \text{ ум. од.}$$

ПДВ до сплати

$$\frac{(354,19 - 79)}{6} = 45,86 \text{ ум. од.}$$

Задача 2

Витрати на виробництво і реалізацію одного виробу, що випускається на вітчизняному підприємстві складають 50 грн. Рентабельність 40%. Витрати і прибуток підприємства оптової торгівлі складають 10 грн, а роздрібної торгівлі – 15 грн з розрахунку на один виріб. Визначите ціну роздрібної торгівлі одного виробу.

$$1) \text{Ц}_{\text{відп.}} = 50 + 50 \times 0,4 + (50 + 50 \times 0,4) \times 0,2 = 84 \text{ грн.}$$

$$2) \text{Ц}_{\text{о.т.}} = 70 + 10 + (70 + 10) \times 0,2 = 96 \text{ грн.}$$

$$3) \text{Ц}_{\text{розн.}} = 80 + 15 + (80 + 15) \times 0,2 = 114 \text{ грн.}$$

Відповідь: 114 грн.

Задача 3

Повні витрати фірми на одиницю виробу становили в поточному році 3500 грн. Розраховуючи ціну фірма закладає коефіцієнт прибутковості (частка прибутку в ціні) 25%. В умовах інфляції спостерігається зростання витрат на 250 грн. *Розрахуйте:*

а) ціну в поточному році;

б) ціну, за якою повністю покривуться витрати фірми і збережеться прибуток (на одиницю виробу) на попередньому рівні;

в) ціну, яка не тільки покриватиме витрати, а й забезпечить коефіцієнт прибутковості 25%.

Показник	Значення в поточному році	Розрахунок ціни з урахуванням покриття витрат і збереження прибутку	Розрахунок ціни з урахуванням відновлення коефіцієнта прибутковості
Ціна, грн.	4667	4917	5000
Повні витрати	3500	3750	3750
Прибуток, грн.	1167	1167	1250
Коефіцієнт прибутковості,	25	23,7	25

Розв'язання

а) $\frac{3500}{0,75} = 4667$ (грн)

б) для повного покриття витрат фірма повинна збільшити ціну на 250 грн., тобто ціна дорівнює 4917 грн., прибуток відповідно – 1167 грн., що становить 23,7% прибутковості;

в) за збереження коефіцієнта прибутковості 25%, прибуток має становити:

$$\frac{3750 \times 0,25}{0,75} = 1250 \text{ (грн.)}, \text{ відповідно ціна при цьому – 5000 грн.}$$

Тема 4 Методи ринкового ціноутворення

- витратні методи ціноутворення;
- методи, що спираються на попит;
- методи з орієнтацією на конкуренцію.

Мета теми — надати студентам (слухачам) можливість вивчити основні методи ринкового ціноутворення.

Література для самостійного вивчення теми: [11, 14, 15, 16, 17, 23].

Термінологічний словник

Коефіцієнт гальмування — знижуючий показник, який стимулює придбання нового товару на основі зменшення ціни одиниці корисної властивості (якості) продукції.

Параметричний індекс якості — коефіцієнт, що характеризує інтегральну оцінку споживчих властивостей товару.

Питомий маржинальний дохід — частина маржинального доходу в ціні виробу.

Точка беззбитковості — обсяг реалізації, при якому витрати підприємства повністю покриваються виручкою, а прибуток дорівнює нулю.

Ціна питома — ціна в розрахунку на одиницю споживчої властивості (якості) продукції.

Ціни індиферентні — «ціни байдужості», які однакові за питомою ціною, але різні за своїм абсолютним значенням.

Тести для самоперевірки знань

1. Основним недоліком формування ціни методом повних витрат є:

- А. Складність розрахунків.
- Б. Неможливість визначення змінних витрат.
- В. Відсутність залежності між витратами та обсягом виробництва.
- Г. Усі відповіді правильні.

2. На графіку беззбитковості сектор між лініями виручки та повних витрат, що розташований ліворуч від точки їх перетину, показує:

- А. Загальні витрати.
- Б. Виручку.
- В. Прибуток.
- Г. Збитки.

3. До методів, що спираються на конкуренцію, належить метод:

- А. Лідера.
- Б. Балової оцінки.
- В. Надбавок.
- Г. Повних витрат.

4. Індиферентними називаються ціни, що різняться між собою абсолютними значеннями, але однакові:

- А. За нормативами рентабельності.
- Б. У розрахунку на одиницю витрат.
- В. За структурою.
- Г. У розрахунку на одиницю якості продукції.

5. Питома – це ціна:

- А. Одиниці товару.
- Б. Одиниці якості товару.
- В. Товару конкурента.
- Г. На одиницю витрат.

6. Метод балової оцінки доцільно застосовувати, коли:

- А. Існує обернена залежність між ціною та споживчими властивостями товару.
- Б. Неможливо кількісно визначити споживчі властивості товару.
- В. Існує пряма залежність між ціною та споживчими властивостями товару.
- Г. Можливо кількісно визначити споживчі властивості товару.

7. На графіку беззбитковості сектор між лініями виручки та повних витрат, розташований праворуч від точки беззбитковості, показує:

- А. Загальні витрати.
- Б. Виручку.
- В. Прибуток.
- Г. Збитки.

Практичні завдання

1. Визначити точку беззбитковості при таких початкових даних: змінні витрати на виробництво одиниці продукції – 80 грн.; постійні витрати – 70 тис. грн.; ціна реалізації одиниці продукції – 150 грн. Який збиток буде у підприємства, якщо об'єм виробництва складе 300 од. продукції?
2. Визначити точку беззбитковості при таких початкових даних: змінні витрати на виробництво одиниці продукції – 100 грн.; постійні витрати – 100 тис. грн.; ціна реалізації одиниці продукції – 200 грн. Який прибуток отримає підприємство, якщо об'єм виробництва складе 1500 од. продукції?
3. Визначити точку беззбитковості по кожному з виробів, що випускаються, і в цілому по підприємству.

Показники	Продукція		Всього
	А	Б	
1. Ціна за одиницю (грн.)	12	14	х
2. Змінні витрати на одиницю (грн.)	7	6	х
3. Обсяг реалізації, шт.	50000	30000	80000
4. Постійні витрати, грн.	х	х	250000

4. Розрахувати ціну реалізації при виявленому попиті на продукцію фірми 500 од., якщо витрати виробництва становлять 450 грн. на одиницю продукції, в тому числі змінні витрати – 70%. Фірма припускає отримати прибуток 45 тис. грн.
5. Ціна базового двигуна — 270 грн., його потужність – 60 кВт. Виробник планує підвищити якість продукції на 25 %. Визначити орієнтовну ціну нового виробу, якщо коефіцієнт гальмування дорівнює 0,9.
6. Визначте відпускну ціну на новий автомобіль за баловим методом за умови:

Автомобіль	Параметри					
	Комфортабельність		Надійність		Проходимість	
	Бали	Коефіцієнт вагомості	Бали	Коефіцієнт вагомості	Бали	Коефіцієнт вагомості
Базовий	45	0,2	70	0,4	80	0,4
Новий	50	0,2	83	0,4	80	0,4

Ціна базової моделі — 28100 грош. од.

Методичні вказівки до розв'язання задач

У ринкових умовах найширше застосовуються методи встановлення ціни, які у своїй основі спираються на: 1) витрати; 2) попит; 3) конкуренцію.

Задачі 1-4 засновуються на використанні *методу беззбитковості та цільового прибутку*, застосовуючи який, підприємець прагне встановити таку ціну, яка забезпечить йому бажану величину чистого доходу.

При розв'язанні задачі 5 треба спиратися на встановлення ціни *методом лідера*. Формування цін методом лідера базується на залежності між ціною та споживчими властивостями (параметрами) виробів.

У задачі 6 необхідно використовувати *метод балової оцінки*. Він застосовується переважно в тих випадках, коли відсутня залежність між якісними характеристиками товару та його ціною або коли споживчі властивості продукції неможливо передати кількісно (наприклад, запах парфумів).

Приклади розв'язання типових задач

Задача 1

Визначити відпускну ціну на новий холодильник баловим методом. Дані, отримані на основі експертних оцінок, подані в таблиці:

Вид товару	Параметри					
	Дизайн		Економічність		Місткість	
	Бали	Коефіцієнт вагомості	Бали	Коефіцієнт вагомості	Бали	Коефіцієнт вагомості
Базовий	40	0,2	80	0,5	80	0,3
Новий	45	0,2	80	0,5	85	0,3

Вартість базової моделі – 2200 грн.

Розв'язання

Питома вага, або ціна одного бала, за базовою моделлю становитиме:

$$Ц = \frac{2200}{40 \times 0,2 + 80 \times 0,5 + 80 \times 0,3} = 30,56 \text{ грн.}$$

Відповідно ціна нової моделі:

$$Ц_{\text{н}} = 30,56 \times (45 \times 0,2 + 80 \times 0,5 + 85 \times 0,3) = 2276,72 \text{ грн.}$$

Задача 2

Ціна базового двигуна — 240 грн., а його потужність 60 кВт. Виробник планує підвищити якість продукції на 25 %. Визначити орієнтовну ціну нового виробу, якщо коефіцієнт гальмування дорівнює 0,9.

Розв'язок

Визначимо питому ціну за формулою

$$C_n = \frac{240}{60} = 4 \text{ грн.}$$

Ціна нової продукції дорівнює:

$$C_n = 4 \times 75 \times 0,9 = 270 \text{ грн.}$$

Тема 5 Ціноутворення на зовнішньому ринку

- види зовнішньоторговельних цін;
- установлення цін на експортно-імпорتنу продукцію.

Мета теми — надати (студентам) слухачам можливість вивчити особливості формування цін на зовнішньому ринку.

Література для самостійного вивчення теми: [3, 8, 9, 22, 24].

Термінологічний словник

Біржові котирування — ціни спеціально організованого постійно діючого ринку масових і якісно однорідних товарів.

Ціна:

індикативна — ціна товару, яка відповідає цінам, що склалися на аналогічну продукцію на час здійснення експортної операції;

ковзна — ціна, яка визначається на момент виконання контракту шляхом перегляду договірної ціни внаслідок істотних змін у витратах на виробництво продукції;

міжнародних товарних аукціонів — ціна продажу попередньо оглянутої покупцями партії товару (лот), як правило, за максимальною запропонованою ціною;

світова — ціна провідних виробників та продавців, які займають значну частку в загальному обсязі аналогічної продукції, що реалізується на зовнішньому ринку.

Правила «Інкотермс» — міжнародні правила тлумачення торговельних угод, які визначають обов'язки продавця і покупця, розподіл витрат та відповідальність сторін за виконання контракту.

Тести для самоперевірки знань

1. Відсоткова ставка акцизного збору на імпорتنі товари встановлюється до їх митної вартості, яка:

- А. Не включає мито та митні збори.
- Б. Включає тільки мито.
- В. Включає тільки митні збори.
- Г. Включає мито та митні збори.

2. З метою повноти сплати податків на окремі імпорتنі товари встановлюється:

- А. Індикативна ціна.
- Б. Мінімальна митна вартість.
- В. Тверда ціна.
- Г. Демпінгова ціна.

3. Індикативні ціни встановлюються на товари, щодо експорту яких застосовується режим:

- А. Ліцензування.
- Б. Квотування.
- В. Спеціальний режим.
- Г. Усі відповіді правильні.

4. Відсоткова ставка акцизного збору на імпорتنі товари встановлюється до ціни, яка:

- А. Включає акцизний збір.
- Б. Включає ПДВ.
- В. Не включає акцизного збору.
- Г. Включає акцизний збір і ПДВ.

5. У ціни окремих товарів, що експортуються за межі України, включається:

- А. Вивізне мито.
- Б. ПДВ.
- В. Акцизний збір.
- Г. Акцизний збір і ПДВ.

6. Митні збори справляються:

- А. З метою захисту вітчизняного виробника.
- Б. Як податок за ввезення товарів.
- В. За митне оформлення товарів.
- Г. Як антидемпінговий захід.

Практичні завдання

1. Контрактна вартість договору – 38 тис. дол. США, фактичні витрати з транспортування та страхування вантажу до митного кордону, що не увійшли до контрактної ціни – 2 тис. дол., курс НБУ – 8 грн. за 1 дол.

- США, мито — 20 %, митні збори – 5 дол., ставка акцизного збору – 50 %, ПДВ — 20 %. Визначити імпорتنу ціну (ціну придбання) товару.
2. Контрактна ціна партії золотих ювелірних виробів на умовах DDU – 100 тис. дол. США, курс НБУ – 8 грн. за 1 дол., мито – 50 %, митні збори — 0,2 %, акцизний збір – 55 %, ПДВ – 20 %, фактична ціна реалізації продукції — 1920 тис. грн. Визначити розмір ПДВ, який сплатить фірма після реалізації цієї партії товару.
3. Контрактна вартість придбаного фірмою автомобіля з об'ємом двигуна 2500 см³ становить 25 тис. дол. США, мито – 0,4 євро за 1 см³, ставка акцизного збору — 0,6 євро за 1 см³, митні збори – 0,2 %, курс НБУ — 8 грн. за 1 дол. США і 12 грн. за 1 євро, ПДВ – 20 %. Визначити ціну придбання автомобіля.

Методичні вказівки до розв'язання задач

Ціна придбання товару, що ввозиться в країну, складається з таких елементів:

$$Ц_{\Pi} = MB + M + A + \text{ПДВ} + MЗ, \quad (5.1)$$

де МЗ – митні збори, грн.;

MB – митна вартість, грн.;

М – мито, грн.;

А – сума акцизного збору;

ПДВ – сума податку на додану вартість.

Тема 6 Цінова політика підприємства

- цінова політика та аналіз беззбитковості;
- цінова стратегія підприємства;
- система цінових знижок

Мета теми – надати (студентам) слухачам можливість вивчити основні напрямки цінової політики та цінової стратегії підприємства.

Література для самостійного вивчення теми: [11, 15, 16, 17, 18, 21, 23, 24].

Термінологічний словник

Знижка:

дилерська – міра зниження ціни, яку виробник надає своїм постійним представникам або посередникам за операції з реалізації товару;

за швидкість платежів – міра зниження ціни, що надається покупцям, які сплачують рахунки раніше встановленого угодою кінцевого терміну;

кумулятивна – кількісна знижка, яка надається постійним покупцям у разі придбання ними за певний період партії товару, що перевищує встановлену угодою межу.

Ефект ціни – зміна маржинального доходу від реалізації товару за рахунок зміни його ціни.

Ефект масштабу – зміна маржинального доходу за рахунок зміни обсягу продажу, що зумовлено зміною ціни на товар.

Цінова політика підприємства – діяльність підприємства, спрямована на досягнення його головної мети за допомогою цін.

Цінова стратегія підприємства – основні напрямки, заходи та методи, за допомогою яких може бути досягнута визначена мета цінової політики.

Товарообмінний залік – особливий вид цінової знижки на новий товар, яка надається покупцям за умови здавання ними раніше придбаної і вже застарілої моделі даної фірми.

Тести для самоперевірки знань

1. *Ефективність стратегії низьких цін тим вища, чим менша в складі ціни частка:*

А. Постійних витрат.

Б. Змінних витрат.

В. Маржинального доходу.

Г. Прибутку.

2. *Стратегія високих цін найефективніша у випадках, коли основну частку ціни становлять:*

А. Змінні витрати.

Б. Постійні витрати.

В. Прибуток.

Г. Маржинальний дохід.

3. *Ефективність стратегії як низьких, так і високих цін залежить від:*

А. Еластичності попиту.

Б. Структури витрат.

В. Рівня конкуренції.

Г. Усі відповіді правильні.

4. *Кумулятивні знижки надаються покупцю за умов:*

А. Швидкої оплати.

Б. Оплати готівкою.

В. Придбання значної кількості продукції.

Г. Комплексної закупки товарів.

5. *Стратегія ціноутворення на взаємодоповнюючі товари, які не можуть використовуватись окремо, полягає у встановленні на основні товари, як правило:*

А. Високих цін.

Б. Граничних цін.

В. Низьких цін.

Г. Середніх цін.

6. *Величину знижок за швидкість платежу, як правило, визначають рівнем:*

А. Банківської процентної ставки за кредит.

Б. Витрат продавця на зберігання товару.

В. Витрат покупця на зберігання товару.

Г. Усі відповіді неправильні.

Практичні завдання

4. Внаслідок зниження ціни виробу з 30 до 28 грн. обсяг реалізації збільшився з 300 до 350 тис. шт. Визначити додатковий прибуток від збільшення продажу, якщо змінні витрати на одиницю продукції дорівнюють 13 грн.
5. Річне виробництво продукції на підприємстві дорівнює 400 тис. виробів, ціна одиниці продукції — 17 грн., а змінні витрати в її складі дорівнюють 7 грн. Враховуючи зростання попиту та подорожчання сировини, що зумовить збільшення змінних витрат на 0,5 грн., підприємство планує підвищити ціну своєї продукції до 20 грн. Визначити беззбиткову зміну продажу.
6. Щорічний обсяг виробництва сягає 140 тис. виробів, ціна одиниці продукції — 60 грн., змінні витрати в її складі дорівнюють 22 грн. Підприємство планує зменшити ціну на 5 % і придбати нове обладнання на суму 252 тис. грн. з нормативним терміном експлуатації 6 років. Визначити беззбиткову зміну продажу.
7. Ціна виробу становить 35 грн., а змінні витрати в її складі дорівнюють 14 грн. Конкурент зменшив ціну аналогічної продукції на 9 %. Визначити беззбиткову зміну продажу при пасивному ціноутворенні.

Методичні вказівки до розв'язання задач

Задача 1. Величину мінімальної зміни обсягу продажу, яка забезпечує той самий дохід, що підприємство отримувало до зміни ціни, можна визначити за формулами:

а) у відсотках:

$$\Delta Q_{\text{ц}} = \frac{-(\pm \Delta \Pi)}{\Pi_{\text{н}} - 3\text{В}} \cdot 100, \quad (6.1)$$

де $\Delta Q_{\text{ц}}$ – беззбиткова зміна продажу за рахунок зміни ціни, %;

$\pm \Delta \Pi$ – зміна ціни виробу (+підвищення, - зниження), грн.;

$\Pi_{\text{н}}$ – нова ціна (ціна після зміни), грн.;

3В – змінні витрати на одиницю продукції, грн.

Знак «мінус» у чисельнику формули показує, що між зміною ціни та обсягом продажу існує обернена залежність.

б) в абсолютному вираженні ця величина ($\Delta K_{\text{ц}}$) може бути визначена таким чином:

$$\Delta K_{\text{ц}} = \frac{\Delta Q_{\text{ц}} \cdot K_{\text{б}}}{100}, \quad (6.2)$$

де $K_{\text{б}}$ – базовий обсяг продажу, тобто до зміни ціни, шт.

Безумовно, якщо фактичний приріст обсягу продажу перевищить величину беззбиткового приросту, то підприємство отримає додатковий прибуток. Його величину можна визначити шляхом множення маржинального доходу з одиниці продукції на різницю між фактично досягнутим обсягом продажу та його беззбитковою величиною:

$$\Delta \Pi = (\Pi_{\text{н}} - 3\text{В}) \cdot (\Delta K_{\text{ф}} - \Delta K_{\text{без}}), \quad (6.3)$$

де $\Delta \Pi$ – приріст прибутку, грн.;

$\Delta K_{\text{ф}}$ і $\Delta K_{\text{без}}$ – відповідно фактичний і беззбитковий прирости обсягів реалізації, шт.

Задача 2. Беззбиткову зміну продажу, коли змінюються як ціна, так і її змінні витрати, можна визначити за формулою:

$$\Delta Q_{\text{ц}}^3 = \frac{-(\pm \Delta \Pi) + (\pm 3\text{В})}{(\Pi_{\text{н}} - 3\text{В}) - (\pm \Delta 3\text{В})} \cdot 100, \quad (6.4)$$

де $\Delta Q_{\text{ц}}^3$ – беззбиткова зміна продажу внаслідок одночасної зміни ціни та змінних витрат, %;

$\Delta 3\text{В}$ – зміна величини змінних витрат, грн.

Задача 3. Беззбиткову зміну продажу, коли змінюються як ціна, так і її постійні витрати, можна визначити за формулою

$$\Delta K_{\text{ц}}^{\text{п}} = \frac{-(\pm \Delta \Pi) \cdot K_{\text{б}}}{\Pi_{\text{н}} - 3\text{В}} + \frac{\pm \Delta \Pi \text{В}}{\Pi_{\text{н}} - 3\text{В}} = \frac{-(\pm \Delta \Pi) \cdot K_{\text{б}} + (\pm \Delta \Pi \text{В})}{\Pi_{\text{н}} - 3\text{В}}, \quad (6.5)$$

де ΔK_{Π}^{Π} – беззбиткова зміна продажу за рахунок одночасної зміни ціни та постійних витрат, шт.;

$\Delta ПВ$ – зміна величини постійних витрат, грн.

Тоді беззбиткову зміну продажу за вказаних умов у відсотках (ΔQ_{Π}^{Π}) можна обчислити за формулою:

$$\Delta Q_{\Pi}^{\Pi} = \left[\frac{-(\pm \Delta \Pi)}{\Pi_{\Pi} - 3B} + \frac{\pm \Delta ПВ}{(\Pi_{\Pi} - 3B) \cdot K_6} \right] \cdot 100. \quad (6.6)$$

Задача 4. Для визначення беззбиткової зміни продажу за рахунок зміни ціни в умовах пасивного ціноутворення ($\Delta Q_{\Pi.П.}$) можна використати таку формулу:

$$\Delta Q_{\Pi.П.} = \frac{\pm \Delta \Pi_{\kappa}^B}{MD^B} \cdot 100, \quad (6.7)$$

де $\Delta \Pi_{\kappa}^B$ – зміна ціни в конкурента, %;

MD^B – частка маржинального доходу в ціні, %.

Тема 7 Державна цінова політика та її вплив на економічні процеси

- цілі та методи державного регулювання цін;
- вплив державного регулювання цін на економічні процеси.

Мета теми — показати (студентам) слухачам механізм та можливі наслідки державного регулювання цін.

Література для самостійного вивчення теми: [1, 5, 6, 7, 10, 12, 21, 23].

Термінологічний словник

Державна дисципліна цін – процес дотримання визначених нормативними актами вимог щодо формування, встановлення та використання цін за умов регульованої економіки.

Державна цінова політика – діяльність органів виконавчої влади, яка в умовах України спрямована на досягнення трьох основних цілей: послідовного проведення лібералізації цін, державного регулювання цін і тарифів на окремі товари та послуги й здійснення контролю за їх дотриманням.

Декларування цін – комплекс заходів щодо отримання дозволу на зміну ціни, яка підлягає державному регулюванню.

Тести для самоперевірки знань

1. До опосередкованих методів державного регулювання цін належить встановлення:

- А. Граничних рівнів цін.
- Б. Декларування зміни цін.
- В. Граничних рівнів торговельних надбавок.
- Г. Граничних нормативів рентабельності.

2. Встановлення тарифів на водопостачання для населення входить до повноважень:

- А. Кабінету Міністрів України.
- Б. Міністерства економіки.
- В. Обласних (міських) держадміністрацій.
- Г. Безпосередньо постачальників води.

3. Регулювання цін на основі граничного нормативу рентабельності:

- А. Обмежує зростання собівартості продукції.
- Б. Створює інтерес до збільшення витрат на виробництво продукції.
- В. Стримує зростання абсолютної величини прибутку.
- Г. Зацікавлює виробника у зменшенні ціни.

4. До прямих методів державного регулювання цін належить:

- А. Застосування граничних нормативів рентабельності.
- Б. Диференціація ставок ввізного мита.
- В. Зміна рівнів ставок товарних податків.
- Г. Декларування зміни цін.

5. Шляхом встановлення граничних рівнів посередницько-збутових надбавок регулюються ціни на:

- А. Електроенергію для населення.
- Б. Дитяче харчування.
- В. Скраплений газ.
- Г. Алкогольні вироби.

6. При включенні до ціни акцизного збору за умов нееластичного попиту:

- А. Основна частина податку припадає на споживача.
- Б. Основна частка податку припадає на виробника.
- В. Податок між споживачем та виробником розподіляється нарівно.
- Г. Усі відповіді неправильні.

7. До прямих регуляторів ціни не належать:

- А. Рівень рентабельності.
- Б. Ввізне мито.
- В. Торговельна надбавка.
- Г. Податок на прибуток.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про ціни та ціноутворення» від 21.06.2012 р. № 5007- VI.
2. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495- VI. / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17..>
4. «Положення про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг». Указ Президента України від 10.09.2014 № 715/2014.
5. «Положення про Державну інспекцію з контролю за цінами». Указ Президента України від 30.03.2012 р. № 236/2012.
6. «Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів)». Постанова Кабінету Міністрів України від 25.12.1996 р. № 1548.
7. «Про удосконалення порядку формування цін». Постанова Кабінету Міністрів України від 18.12.1998 р. № 1998.
8. Верхоглядова Н. І., Ільїна С. Б., Іванникова Н. А., Слабко Я. Я., Лисенко Ю. В. Основи ціноутворення: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2007. – 252 с.
9. Герасименко В. В. Ценовая политика фирмы. – М. : ЭКСМО, 2007.
10. Гладких Д. Держава як суб'єкт цінового регулювання / Банківська справа. – 1998. – № 4.
11. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. –К.:КНЕУ, 2005.
12. Ерухимович И.Л. Ценообразование: Учебно-методическое пособие – 2-е изд., стереотип – К.:МАУП, 2005.
13. Иваниенко В.В. Ценообразование: Учебное пособие. – изд. 2-е перераб. и доп.- Х.: Издательский Дом «ИНЖЭК», 2004.

14. Котлер Ф., Армстронг Г. и др. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб; К.: Вильямс, 2004.
15. Липсиц И. К. Коммерческое ценообразование. – М.: БЕК, 2004.
16. Литвиненко Я .В. Сучасна політика ціноутворення: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2004.
17. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : навч. посібник / О. Є. Мазур. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 480 с.
18. Нэгл Томас Т. Стратегия и тактика ценообразования. – СПб. : Питер, 2004.
19. Тарасевич Л. С., Гребенников П. И., Леусский А.И. Микроэкономика. – М.: ЮРАЙТ-ИЗДАТ, 2006.
20. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2006.
21. Ціноутворення : підручник / С. М. Дайновська. – К.: КНТЕУ, 2009. – 319 с.
22. Ціноутворення та управління ціновою політикою: підручник / Л. І. Антошкіна, Н. П. Скригун, Л. Г. Цимбалюк. – Донецьк: Юго-Восток, 2011. – 321 с.
23. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2008.
24. Дистанційний курс «Ціноутворення» / Автор: Жовтяк Г. А. // Режим доступу – <http://cdo.kname.edu.ua/course/view.php?id=254>
25. Сервер Верховної Ради України : Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/>

Навчальне видання

ЦІНОУТВОРЕННЯ

Методичні вказівки
до проведення практичних занять та
самостійного вивчення дисципліни

*(для студентів заочної форми навчання напряму підготовки
6.030601 – Менеджмент і слухачів другої вищої освіти
спеціальностей 7.03050401 – Економіка підприємства (за видами
економічної діяльності), 7.03050901 – Облік і аудит, 7.03060101 –
Менеджмент організацій і адміністрування (за видами
економічної діяльності))*

Укладач **ЖОВТЯК** Ганна Анатоліївна

Відповідальний за випуск *А. Є. Ачкасов*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2015, поз. 491М

Підп. до друку.03.06.2015 р.	Формат 60x84/16
Друк на ризографі	Ум. друк. арк. 1,8
Тираж 50 пр.	Зам. №

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 4705 від 28.03.2014 р.